

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang ini, video sudah menjadi konsumsi sehari-hari untuk pendidikan, hiburan, informasi, promosi dan bahkan untuk mencari nafkah. (Zaksa, 2020). Video sendiri adalah sekumpulan gambar yang tersusun secara berurutan atau bisa dibilang video adalah gambar yang bergerak. (Asfihan, 2022). Di era sekarang video bisa menyampaikan informasi, dengan menggunakan video *profile*. Video profil atau lebih dikenal dengan istilah *company profile* merupakan salah satu media promosi yang merepresentasikan sebuah perusahaan (Rahayu Dwi Saputri, 2021). Video *profile* adalah sinopsis singkat profil brand ditawarkan kepada konsumen dalam bentuk video (Inge, 2022). Video *profile* adalah solusi kreatif dan inovatif untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk kebutuhan promosi, video *profile* sendiri adalah media untuk menyampaikan informasi yang cukup efektif. Melalui media visual ini maka semua informasi dapat dengan mudah dicerna oleh semua kalangan masyarakat. (Agus Aan Jiwa Permana, 2017).

Dengan video profil dapat membantu perusahaan untuk dapat lebih dikenal banyak orang. Yang mana dengan video profil dapat memberikan informasi yang lebih banyak dalam waktu singkat, satu video tidak hanya sekedar bisa menampilkan informasi berbentuk tulisan, tetapi bisa menampilkan suara dan gambar disaat yang bersamaan. Dirancang dengan berbagai tema dan detail menarik dan menambahkan editing yang unik, video juga bisa dibagikan dihampir

semua platform sosial media menyediakan fitur konten berupa video (Bi, Ketahui 5 Manfaat Membuat Video Company Profile Bagi Perusahaan, 2020).

Kopi Taji adalah tempat pengolahan kopi berkolasi di Dusun Kranjan, Desa Taji, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang, Jawa Timur, di samping lereng gunung bromo. Terletak di ketinggian kurang lebih 1.200 meter di atas permukaan laut. Sejak zaman Kolonial Hindia Belanda Desa Taji sudah dikenal sebagai salah satu Desa penghasil kopi di Pulau Jawa, terbukti dengan adanya pohon kopi Arabika jenis typica yang berada di salah satu Kawasan pegunungan di desa Taji. Bertahan hingga tahun 1980-an, pada tahun 1990-an warga setempat beralih dari kopi ke sayuran karena menurunnya kopi di Desa Taji. Pada tahun 2010 Bapak Sukron selaku pendiri kopi Taji mulai menanam kopi, dibimbing oleh Bapak Babinsa Heri Purnomo yang bertujuan untuk menghidupkan Kembali kebun kopi di Desa Taji. Tahun 2016 Bapak Sukron membuat *Branding* bernama kopi Taji yang bertujuan untuk mengenalkan Desa Taji melalui kopi yang mana sebelumnya Desa Taji tempat yang jarang di kunjungi bahkan Desa yang tertinggal di Kabupaten Malang. 2017 kopi taji berhasil Juara 2 festival cita rasa kopi 4 kawasan dan 2018 juara 3 Citra rasa kopi terbaik jawa timur, dengan pencapaian tersebut tepatnya 2018 kedai kopi Taji mulai dibuka dan mulai dikenal oleh masyarakat dan pengunjung mulai berdatangan.

Pada awal tahun 2019 Bapak Sukron mulai serius mengembangkan kedai kopi Taji dan mengajak masyarakat untuk menanam kopi. Seiring berjalanya waktu kopi Taji semakin dikenal yang membuat pengunjung mulai berdatangan

ke kopi Taji. Dan pada tahun 2021 Bapak Sukron memenangkan penghargaan juara I pemuda pelopor tingkat provinsi dan juga tingkat nasional 2021.

Kopi Taji diolah langsung dari petani lokal dengan sistem pengolahan yang tepat dan sehat, memiliki cita rasa yang unik dan berbeda dari kopi yang lain, kopi Taji juga menawarkan keindahan alam Lereng Gunung Bromo. Dengan keunikan dan keindahan dari kopi Taji, media informasi tentang kopi Taji kebanyakan melalui video *vlog* pengunjung, komunitas kopi yang diundang ke kopi Taji untuk mencicipi rasa kopi di Desa Taji dan video wawancara yang cukup Panjang yang mana belum menunjukkan apa yang membuat kopi Taji memiliki cita rasa kopi yang berbedanya dari yang lain dan sehingga dengan kondisi saat ini belum bisa dibilang sebagai media informasi yang baik tentang kopi taji, yang mana kebanyakan video yang ditampilkan belum terkonsep dengan baik sebagai penggambaran tentang kopi Taji.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini adalah merancang Video Profil Kopi Taji Lereng Bromo, yang bertujuan menyajikan informasi tentang kopi Taji. Dimana dengan video profil ini diharapkan bisa menjadi media informasi tentang keunikan kopi Taji dan keindahan yang ada di dalamnya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah ini adalah bagaimana merancang Video Profil Kopi Taji Lereng Bromo sebagai media informasi.

## **1.3 Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah merancang video Profil sebagai media informasi tentang keunikan kopi Taji dan keindahan yang ada di dalamnya.

## **1.4 Manfaat**

1. Bagi masyarakat video Profil ini bisa sebagai media informasi Kopi Taji lereng Bromo.
2. Menambah referensi bagi mahasiswa Desain komunikasi Visual dalam membuat perancangan yang serupa.

## **1.5 Batasan Masalah**

1. Pengambilan video di area kebun kopi, tempat pengolahan kopi, tempat edukasi kopi dan Kedai Kopi Taji Lereng Bromo.
2. Perancangan media utama dan media pendukung menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator 2022*, *Adobe Premiere Pro 2021*, dan *Adobe After Effects 2021*.
3. Video yang dibuat sebanyak dua, terdiri dari satu video profil berdurasi 4 menit dan satu video teaser video profil berdurasi 30 detik.

4. Media publikasi: Youtube.
5. Media pendukung: Video teaser, t - benner, dan x – benner.
6. Target pasar dari adanya perancangan Video Profil Kopi Taji sebagai berikut.
  - a. Demografi

Umur : Minimal 18 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki dan perempuan

- b. Geografis

Target pasar video Profil kopi Taji secara geografis yaitu penikmat kopi, hobi *traveling*, rombongan keluarga dan mahasiswa. Dari Malang dan luar Malang.

## 1.6 Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, metode yang mengutamakan eksplorasi dan pemahaman fenomena (Creswell, 2008). Dalam pengumpulan data ada tiga metode yang digunakan, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara memperhatikan, mengamati, meninjau, dan mengawasi dengan teliti objek penelitian untuk mendapat informasi yang benar dan langsung di lokasi penelitian. (Syafnidawaty, 2020).

2. Wawancara

Wawancara adalah kegiatan tanya jawab antara pewawancara dan responden untuk mengumpulkan data-data dari objek yang sedang diteliti. (Teknik Pengumpulan Data (Wawancara, Angket dan Observasi), 2022).

### 3. Studi Pustaka

Studi pustakan adalah tehnik pengumpulan data dari buku, artikel, jurnal, majalah, surat kabar, dan internet yang berhubungan dengan penelitian yang dibuat. (Fajri, 2022).

## 1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat penelitian

Penelitian ini berlokasi di Desa Taji, Kecamatan Jabung, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur.

2. Penelitian ini dilakukan mulai bulan September 2022 sampai bulan Juli 2023.

**Tabel 0.1** Waktu Penelitian

Kegiatan	Tahun 2022-2023											
	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	
Penyusunan Proposal	■	■		■	■					■	■	■
Observasi Lapangan	■	■	■	■	■							
Wawancara		■			■							
Pra Produksi, pembuatan konsep video		■		■	■	■	■					
Produksi Video							■					
Pasca produksi, proses editing								■	■	■	■	

### **1.6.2 Bahan dan Alat Penelitian**

Peralatan yang digunakan dalam pembuatan video profil ini adalah kamera Nikon D3500, *tripod*, *SD card*, laptop lenovo idepad gaming 3, baterai kamera, *charge* kamera, dan *drone* dji mavic air 2.

### **1.6.3 Pengumpulan Data dan Informasi**

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian menggunakan tiga tehnik, yaitu:

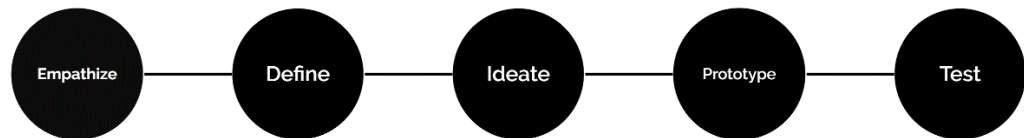
1. Observasi yang dimana mengamati langsung lokasi penelitian untuk mendapatkan informasi dan data yang benar.
2. Wawancara adalah melakukan tanya jawab dengan narasumber untuk medapatkan data dan informasi tentang objek penelitian.
3. Studi Pustaka yang mana mencari data objek penelitian dari jurnal dan internet.

### **1.6.4 Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah analisis SWOT yang terdiri dari empat faktor yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dan Analisis 5W 1H yang terdiri dari *Who* (siapa), *What* (apa), *Where* (di mana), *When* (kapan), *Why* (mengapa), dan *How* (bagaimana).

### 1.6.5 Prosedur

Prosedur yang digunakan adalah *design thinking* merupakan metode berpikir yang dipakai ketika menciptakan produk baru di sebuah perusahaan. *Design thinking* adalah proses kreatif untuk memecahkan masalah yang berpusat pada manusia atau pengguna (Husnunnisa, 2022).



**Gambar 1.1** *Design thinking*

1. *Empathize*

*Empathize* atau empati adalah perspektif pemikiran pengguna yang menekankan pada emosi dengan merasakan emosi dari sisi pengguna, memahami posisi dan perasaan pengguna.

2. *Define*

Mendefinisikan dan analisis dari masalah, informasi atau umpan balik yang didapat dari tahapan *empathize*.

3. *Ideate*

Ditahap ini digunakan untuk mencari solusi dari permasalahan dengan mengumpulkan ide, lalu menentukan dan mencari solusi tentang masalah yang ada.

4. *Prototype*

*Prototype* adalah proses menciptakan bentuk, atau fitur baru dari suatu produk. Untuk memvisualisasikan bentuk nyata dari solusi, untuk mengatasi permasalahan yang ada.



## 5. *Test*

Setelah *prototipe* selesai, selanjutnya melakukan uji coba pada *prototipe* yang sudah dibuat.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Penyusunan laporan penelitian diatur secara sistematis yang terdiri dari beberapa bab dan sub bab sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab 1 akan membahas tentang perumusan dan penjelasan masalah umum tentang objek penelitian yang akan dibahas. Di bab ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, metode, dan sistematika penulisan

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II akan mencari penelitian terdahulu dari skripsi atau referensi lain yang dapat digunakan sebagai referensi penelitian dan teori yang terkait dengan penelitian.

#### **BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN**

Bab III akan mencari identitas masalah, pemecahan masalah, perancangan mulai konsep sampai proses perancangan, dan rancangan pengujian.

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab IV ini memberi gambaran singkat tentang obyek penelitian mulai gambaran umum objek penelitian, implemementasi, media utama, media pendukung, dan uji coba.

## **BAB V PENUTUP**

Bab V ini membahas mengenai kesimpulan dari pembuatan perancangan video profil kopi Taji, serta saran yang terkait dengan permasalahan yang diangkat.